

(12) SOLICITUD INTERNACIONAL PUBLICADA EN VIRTUD DEL TRATADO DE COOPERACIÓN  
EN MATERIA DE PATENTES (PCT)

(19) Organización Mundial de la Propiedad  
Intelectual  
Oficina internacional



(43) Fecha de publicación internacional  
8 de Agosto de 2002 (08.08.2002)

PCT

(10) Número de Publicación Internacional  
**WO 02/061641 A1**

(51) Clasificación Internacional de Patentes<sup>7</sup>: G06F 17/60,  
G09F 27/00

(71) Solicitante e

(72) Inventor: FIGUEIRAS FERREIRO, Jose Carlos  
[ES/UY]; 999, Rambla Republica del Peru, Apartamento  
102, 11319 Montevideo (UY).

(21) Número de la solicitud internacional: PCT/ES02/00032

(22) Fecha de presentación internacional:  
25 de Enero de 2002 (25.01.2002)

(74) Mandatario: SUGRAÑES MOLINE, Pedro; 304, calle  
Provenza, E-08008 Barcelona (ES).

(25) Idioma de presentación: español

(81) Estados designados (*nacional*): AE, AG, AL, AM, AT,  
AU, AZ, BA, BB, BG, BR, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR,  
CU, CZ, DE, DK, DM, DZ, EC, EE, ES, FI, GB, GD, GE,  
GH, GM, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KP, KR,  
KZ, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MD, MG, MK,  
MN, MW, MX, MZ, NO, NZ, OM, PH, PL, PT, RO, RU,

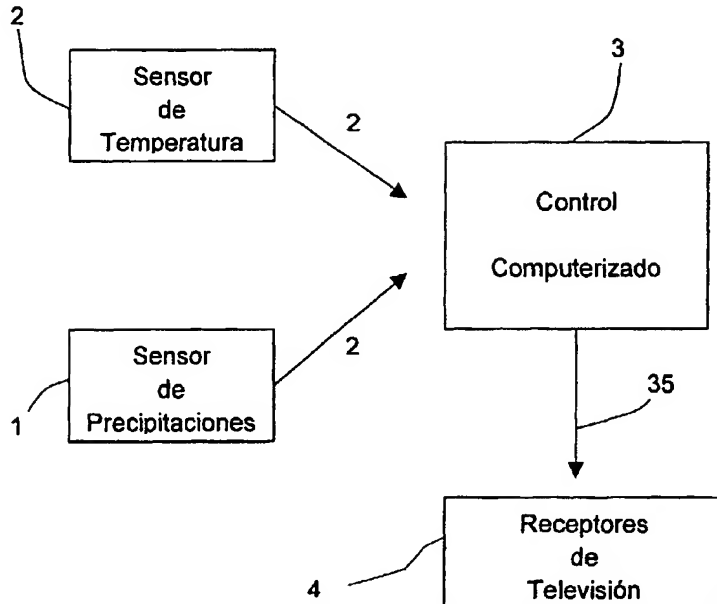
(26) Idioma de publicación: español

(30) Datos relativos a la prioridad:  
09/770,618 29 de Enero de 2001 (29.01.2001) US

[Continúa en la página siguiente]

(54) Title: SELECTIVE ADVERTISING BASED ON CLIMATIC CONDITIONS

(54) Título: PUBLICIDAD SELECTIVA BASADA EN LAS CONDICIONES DEL CLIMA



- 2 TEMPERATURE SENSOR
- 3 COMPUTERISED CONTROL
- 1 PRECIPITATION SENSOR
- 4 TELEVISION SETS

(57) Abstract: The invention relates to a system that takes account of the existing climatic conditions in a local area in order to determine which commercial should be transmitted in said area. The climate conditions, such as temperature and rain, are measured and said measurements are used to select the commercial. In this way, for example, if the temperature is above a certain number of degrees, a commercial for cool drinks is transmitted and, if the temperature drops below a certain level, a commercial for hot drinks is transmitted. During periods of rain, commercials for rainwear and umbrellas, all-weather tyres or tropical tourist destinations are transmitted.

(57) Resumen: El sistema toma en cuenta las condiciones del clima imperantes en una zona local para determinar que comercial debe trasmitirse a dicha área. Se miden las condiciones del clima, tales como temperatura y lluvia, y estas medidas se usan para seleccionar el comercial. Así por ejemplo, si la temperatura es superior a cierto numero de grados, se trasmite la publicidad de refrescos fríos en tanto que si al temperatura

[Continúa en la página siguiente]

WO 02/061641 A1



SD, SE, SG, SI, SK, SL, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG,  
US, UZ, VN, YU, ZA, ZM, ZW.

**Publicada:**

— con informe de búsqueda internacional

(84) **Estados designados (regional):** patente ARIPO (GH, GM, KE, LS, MW, MZ, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), patente euroasiática (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), patente europea (AT, BE, CH, CY, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, IE, IT, LU, MC, NL, PT, SE, TR), patente OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

*Para códigos de dos letras y otras abreviaturas, véase la sección "Guidance Notes on Codes and Abbreviations" que aparece al principio de cada número regular de la Gaceta del PCT.*

**"Publicidad selectiva basada en las condiciones del clima"****Campo del Invento:**

- 5                   El invento se refiere a un método para seleccionar los avisos publicitarios según las condiciones imperantes del clima.

**Antecedentes del Invento:**

- 10                   En la actualidad, la televisión se ha convertido en el medio de comunicación dominante en la sociedad. En 1950 la familia promedio pasaba 4 horas y 35 minutos mirando televisión; 3,9 millones de familias (9% de todas las familias) tenía un televisor; y un 1% de todas las familias tenía más de un televisor. Hacia 1980, la familia promedio miraba televisión durante 6 horas y 36 minutos, y el 97,9% de todas las familias, es decir 76,3 millones de familias, tenía un televisor. Más aun, un 50% de las familias ya tenía más de un televisor. En 1999, el tiempo que la familia pasa en frente al televisor ha aumentado a 7 horas y 26 minutos, y 99,4 millones de familias, es decir un 98,2% de las familias, tienen un televisor, en tanto un 74,3% de las familias tienen más de un televisor. La televisión llega al 93% de los habitantes de los Estados Unidos cada día. La persona tipo pasa más tiempo mirando televisión que el tiempo sumado que dedica a leer periódicos, escuchando radio, leer revistas y navegar por Internet.

- 20                   Obviamente, un medio que alcanza a tan vasta proporción de la población y que ocupa tanto tiempo en forma diaria en una poderosa oportunidad para la publicidad.

- 25                   En 1950, en las primeras épocas de la televisión, un 3% de los avisos se difundía por la televisión. El presupuesto de los gastos de publicidad destinado a los avisos de televisión era de U\$S 171 millones. Hacia 1980 la televisión representaba un 21,4% del volumen de avisos y un gasto de U\$S 11.500 millones. En 1999 la televisión ha crecido a un 23,4% del volumen de avisos, con un promedio de gasto de U\$S 50.500 millones. La

- 2 -

televisión es hoy en día el principal medio de comunicación para lograr ingresos por publicidad. Obviamente , dado el importante volumen de gastos destinados a publicidad en la televisión siempre se están buscando formas de realizar publicidad televisiva de la forma más eficaz.

5           Una forma nueva de aumentar la eficacia de la publicidad en televisión es la publicidad selectiva. El receptor de señales de televisión por cable o satélite controla y registra los tipos de programas que se miran. A partir de los tipos de programas que se emiten se establecen supuestos acerca de los tipos de productos en los que el televidente tendría interés.

10       Estos serán los tipos de productos que se mostrarán en la publicidad. Dicha publicidad selectiva se basa en los datos demográficos de la audiencia televidente.

          La patente de los Estados Unidos 5.732.216 (Logan y Otros) describe publicidad selectiva basada en el tema central del programa. Al usuario se le brinda la posibilidad de seleccionar publicidad adicional y de suprimir otros avisos.

15       

          También es sabido que se miden y exhiben las condiciones del clima sobreimpresas en los programas de televisión, Este a menudo se hace cuando la temperatura se muestra en una esquina de la pantalla durante un programa local de noticias. La patente de los Estados Unidos 3.909.818 (Dalke y otros) describe el uso de un sensor para registrar la temperatura, que se muestra, entonces, en la pantalla del televisor. De forma similar, las estaciones de televisión pueden difundir advertencias sobre el clima en casos de situaciones extremas. Las advertencias se envían a los televisores que operan dentro de un área específica. La Patente de los Estados Unidos 5.565.909 (Thibadeau y otros) describe un método para identificar los receptores de los televidentes. De esta forma se conoce la ubicación de los receptores y se puede enviar mensajes específicos. Estos mensajes pueden incluir advertencias sobre el clima local o mensajes comerciales locales.

20       

25       

30

- 3 -

En la técnica se necesita un sistema que base la transmisión de un comercial en las condiciones locales del clima.

Un objeto del presente invento consiste en brindar un sistema para tomar en cuenta las condiciones del clima cuando se elige un comercial para su transmisión.

Oro objeto del presente invento consiste en brindar un sistema que mide las condiciones del clima y use la información para seleccionar un comercial para televisión en particular.

Otro objeto del presente invento consiste en brindar un sistema eficiente y de bajo costo para transmitir publicidad selectiva sobre la base de las condiciones del clima .

Estos y otros objetos del invento resultarán evidentes para los entendidos en la materia una vez que hayan revisado la descripción del invento.

#### Resumen del invento

El sistema toma en cuenta las condiciones del clima imperantes en una zona local para determinar que comercial debe transmitirse a dicha área. Se miden las condiciones del clima, tales como temperatura y lluvia, y estas medidas se usan para seleccionar el comercial. Así por ejemplo, si la temperatura es superior a cierto número de grados, se transmite la publicidad de refrescos fríos en tanto que se la temperatura cae por de bajo de un cierto nivel se transmitirá un comercial de bebidas calientes. Durante los períodos de lluvia se transmitirán comerciales de prendas impermeables y paraguas, neumáticos para todo tiempo o destinos turísticos que gocen de clima tropical.

#### Breve descripción del dibujo

La Figura 1 es un flujograma que ilustre el método del invento.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL DIBUJO**

Las redes de televisión difunden una señal que es tomada y re-  
trasmitida por las estaciones afiliadas locales. Cada estación afiliada opera  
5 en una cierta área geográfica dada. Algunos comerciales son comerciales  
nacionales, difundidos por la red, en tanto otros son difundidos por las es-  
taciones afiliadas. Los avisos pueden ser un comercial de tiempo definido o  
un logotipo de un producto que aparece en una esquina de la pantalla del  
televisor durante la transmisión de un programa.

10 La selección de una publicidad apropiada para las condiciones  
locales del clima se pueden lograr automáticamente o manualmente. En el  
flujograma de la Figura 1 se muestra la selección automática de un aviso.  
En la presentación que usa selección automática, un sensor de temperatu-  
ra 12 y un sensor de precipitaciones 14 miden las condiciones imperantes  
15 del clima. El sensor de precipitaciones puede medir no solo la presencia o  
ausencia de lluvia sino también la tasa de precipitaciones. También pue-  
den medirse con instrumentos apropiados otras condiciones del clima tales  
como la presión barométrica. El sensor de temperatura produce una señal  
22 que indica la temperatura en tanto el sensor de precipitaciones produce  
20 una señal 24 que mide tanto la presencia o ausencia de lluvia como la ta-  
sa de acumulación de las precipitaciones.

Las señales de temperatura 22 y precipitaciones 24 se ingresan a  
un control computarizado 30. El control computarizado 30 recibe las seña-  
les y las usa con el programa apropiado, El programa apropiado simple-  
25 mente usa las señales ingresadas desde los sensores para elegir una pu-  
blicitad basada en las condiciones del clima. Los parámetros de tempera-  
tura y precipitaciones se usan en los criterios de selección determina-  
dos. En base a los resultados del programa de selección, se elegirá un  
comercial de televisión u otro. La transmisión del aviso 35 se envía a los  
30 receptores de televisión 42 que reciben la difusión de la transmisión de las  
señales de televisión.

- 5 -

El proceso de selección de publicidad puede también realizarse manualmente. En este caso, se informan las condiciones de clima imperantes al personal de la planta de transmisión de televisión. Las mediciones cuantitativas de las condiciones del clima se usan como guía en la selección de aviso. Como se explicó previamente el objeto de la publicidad se elige entre los que sean más atractivos para el televidente que está sufriendo las condiciones del clima usadas para seleccionar el aviso. El personal de la televisión elige el aviso apropiado sobre la base de criterios de selección determinados previamente. Los avisos son entonces transmitidos 35 a los receptores de televisión 42 que reciben la difusión de televisión. El resultado es una recepción de avisos que son apropiados para las condiciones locales del clima.

La hora del día puede también ser tomada en cuenta como factor en los criterios de selección de los avisos. Por ejemplo, una vez que se ha elegido un aviso de una bebida caliente en base a la temperatura medida, se puede elegir un aviso de café en la mañana o uno de té por la tarde, a la hora del té. El sistema puede usarse para difundir avisos por un monitor de video. El monitor de video puede ser un televisor o el monitor de una computadora.

Si bien se ha descrito una presentación preferida del invento, diversas modificaciones o variaciones serán evidentes para los entendidos en la materia sin apartarse del alcance del invento.

- 6 -

## **REIVINDICACIONES**

1. Un sistema para seleccionar avisos para su transmisión que comprende:
  - una medición de las condiciones locales del clima;
  - 5       - el uso de las medidas del clima para seleccionar aviso;
  - la transmisión de dicho aviso
2. El sistema de la reivindicación 1 donde las condiciones del clima son temperatura y precipitaciones.
- 10       3. El sistema de la reivindicación 1 donde las condiciones del clima se miden con sensores.
4. El sistema de la reivindicación 1 donde las señales de los sensores del clima se ingresan a una computadora que usa las señales para seleccionar los avisos.
- 15       5. El sistema de la reivindicación 1 donde la selección de los avisos es realizada por una persona.
- 20       6. El sistema de la reivindicación 1 donde se usa como criterio de selección la hora del día.
7. El sistema de la reivindicación 1 donde el aviso se difunde por televisión.
- 25       8. El sistema de la reivindicación 1 donde el aviso se difunde por el monitor de una computadora.

30



1/1

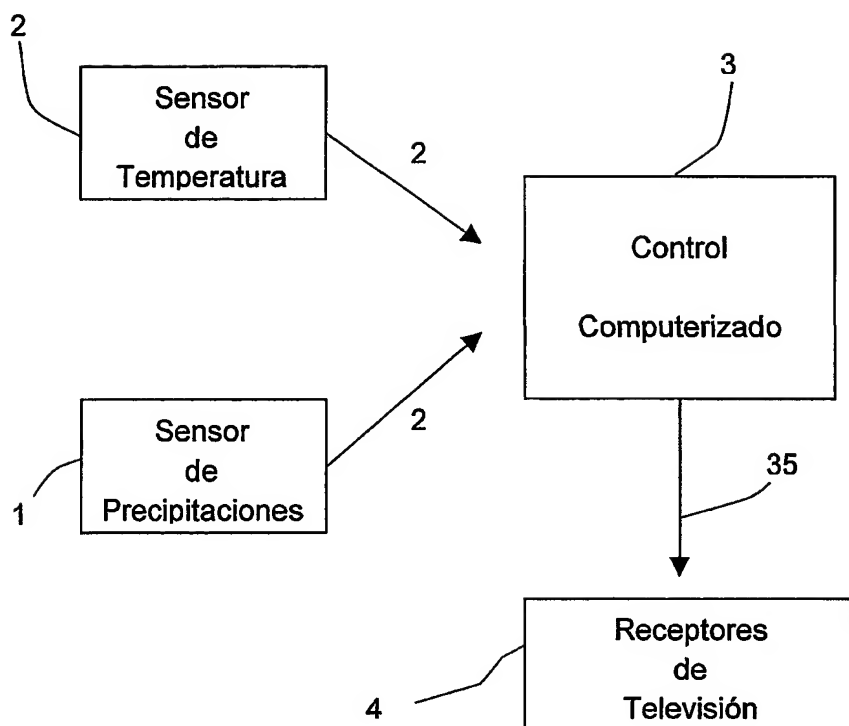


Fig. 1

# INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/ES 02/00032

<b>A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER</b> <p>CIP<sup>7</sup> G06F17/60, G09F27/00</p> <p>According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC</p>		
<b>B. FIELDS SEARCHED</b> <p>Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)</p> <p>CIP<sup>7</sup> G06F, H04N, G09F</p> <p>Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched</p> <p>Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)</p> <p>EPODOC, WPI</p>		
<b>C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT</b>		
Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
Y	WO0068854 A2 (PLANALYTICS, INC) 16 November 2000 (16.11.00) page 11, line 18 - page 13, line 13; page 17, line 5 - page 18, line 5; figures 8 and 34; claims 29,30	1- 8
Y	WO9815122 A1 (THE WEATHER CHANNEL, INC) 9 April 1998, (09.04.98) page 1, line 25 - page 4, line 18.	1- 8
A	US5943630 A (BUSBY et al.) 24 August 1999 (21.08.99) The whole document	1- 4
<input type="checkbox"/> Further documents are listed in the continuation of Box C. <input checked="" type="checkbox"/> See patent family annex.		
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>* Special categories of cited documents:</p> <p>"A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance</p> <p>"E" earlier document but published on or after the international filing date</p> <p>"L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)</p> <p>"O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means</p> <p>"P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>"T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention</p> <p>"X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone</p> <p>"Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art</p> <p>"&amp;" document member of the same patent family</p> </div> </div>		
Date of the actual completion of the international search <p style="text-align: center;"><b>21 March 2002 (21.03.02)</b></p>		Date of mailing of the international search report <p style="text-align: center;"><b>27 March 2002 (27.03.02)</b></p>
Name and mailing address of the ISA/ <p style="text-align: center;"><b>S.P.T.O</b></p>		Authorized officer  
Facsimile No.		Telephone No.

**INTERNATIONAL SEARCH REPORT**  
Information on patent family members

International Application No  
PCT/ES 02/00032

Patent document cited in search report	Publication date	Patent family member(s)	Publication date
WO0068854 A2	16.11.2000	AU200048311 A	21.11.2000
WO9815122 A1	09.04.1998	AU4506197 A EP0929974 A1 BR9714347 A CN1249107 A	24.04.1998 21.07.1999 11.04.2000 29.03.2000
US5943630 A	24.08.1999	NONE	NONE

**INFORME DE BUSQUEDA INTERNACIONAL**

 Solicitud internacional n°  
 PCT/ES 02/00032

**A. CLASIFICACIÓN DEL OBJETO DE LA SOLICITUD**

 CIP<sup>7</sup> G06F17/60, G09F27/00

De acuerdo con la Clasificación Internacional de Patentes (CIP) o según la clasificación nacional y la CIP.

**B. SECTORES COMPRENDIDOS POR LA BÚSQUEDA**

Documentación mínima consultada (sistema de clasificación, seguido de los símbolos de clasificación)

 CIP<sup>7</sup> G06F, H04N, G09F

Otra documentación consultada, además de la documentación mínima, en la medida en que tales documentos formen parte de los sectores comprendidos por la búsqueda

Bases de datos electrónicas consultadas durante la búsqueda internacional (nombre de la base de datos y, si es posible, términos de búsqueda utilizados)

EPODOC, WPI

**C. DOCUMENTOS CONSIDERADOS RELEVANTES**

Categoría*	Documentos citados, con indicación, si procede, de las partes relevantes	Relevante para las reivindicaciones n°
Y	WO0068854 A2 (PLANALYTICS, INC) 16.11.2000, página 11, línea 18 - página 13, línea 13; página 17, línea 5 - página 18, línea 5; figuras 8 y 34; reivindicaciones 29,30.	1- 8
Y	WO9815122 A1 (THE WEATHER CHANNEL, INC) 09.04.1998, página 1, línea 25 - página 4, línea 18.	1- 8
A	US5943630 A (BUSBY et al.) 24.08.1999, todo el documento	1- 4

☐ En la continuación del recuadro C se relacionan otros documentos ☒ Los documentos de familia de patentes se indican en el anexo

\* Categorías especiales de documentos citados:

"A" documento que define el estado general de la técnica no considerado como particularmente relevante.

"E" solicitud de patente o patente anterior pero publicada en la fecha de presentación internacional o en fecha posterior.

"L" documento que puede plantear dudas sobre una reivindicación de prioridad o que se cita para determinar la fecha de publicación de otra cita o por una razón especial (como la indicada).

"O" documento que se refiere a una divulgación oral, a una utilización, a una exposición o a cualquier otro medio.

"P" documento publicado antes de la fecha de presentación internacional pero con posterioridad a la fecha de prioridad reivindicada.

"T" documento ulterior publicado con posterioridad a la fecha de presentación internacional o de prioridad que no pertenece al estado de la técnica pertinente pero que se cita por permitir la comprensión del principio o teoría que constituye la base de la invención.

"X" documento particularmente relevante: la invención reivindicada no puede considerarse nueva o que implique una actividad inventiva por referencia al documento aisladamente considerado.

"Y" documento particularmente relevante: la invención reivindicada no puede considerarse que implique una actividad inventiva cuando el documento se asocia a otro u otros documentos de la misma naturaleza, cuya combinación resulta evidente para un experto en la materia.

"&amp;" documento que forma parte de la misma familia de patentes.

Fecha en que se ha concluido efectivamente la búsqueda internacional. 21.03.2002

Fecha de expedición del informe de búsqueda internacional

27 MAR 2002 27.03.02

Nombre y dirección postal de la Administración encargada de la búsqueda internacional O.E.P.M.

 C/Panamá 1, 28071 Madrid, España.  
 n° de fax +34 91 3495304

Funcionario autorizado

 M. Alvarez Moreno  
 n° de teléfono + 34 91 349 54 95

# INFORME DE BUSQUEDA INTERNACIONAL

Información relativa a miembros de familias de patentes

S id internacional n°

PCT/ES 02/00032

Documento de patente citado en el informe de búsqueda	Fecha de publicación	Miembro(s) de la familia de patentes	Fecha de publicación
WO0068854 A2	16.11.2000	AU200048311 A	21.11.2000
WO9815122 A1	09.04.1998	AU4506197 A	24.04.1998
		EP0929974 A1	21.07.1999
		BR9714347 A	11.04.2000
		CN1249107 A	29.03.2000
US5943630 A	24.08.1999	NINGUNO	NINGUNO